

Pengaruh Human Relation Terhadap Kinerja Tenaga Pemasaran PT. Sampharindo Perdana Semarang

TRI KURNIAWATI

(Pembimbing : Dr. Ir Dwi Eko Waluyo, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202674@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Antar manusia (Human Relation) yang terdiri dari komunikasi, kesadaran diri, penerimaan diri, motivasi, kepercayaan, keterbukaan diri, penyesuaian konflik terhadap kinerja karyawan pada PT.Sampharindo Perdana Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah sample 85 responden. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode kuisioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 2.0 alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolineritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji t, uji f, uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi, kesadaran diri, penerimaan diri, motivasi, kepercayaan, keterbukaan diri, penyesuaian konflik, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga pemasaran PT. Sampharindo Perdana Semarang

Kata Kunci : Hubungan antar manusia, komunikasi, kesadaran diri, penerimaan diri, motivasi, kepercayaan, keterbukaan diri, penyesuaian konflik dan tenaga kerja pemasaran

The Effect of Human Relation on Employee Performance of Marketing in PT.Sampharindo Perdana Semarang

TRI KURNIAWATI

(Lecturer : Dr. Ir Dwi Eko Waluyo, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201202674@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The main purpose of this study is determine Human Relation consisting of communication, self awareness, self acceptance, motivation, trust, self disclosure, conflict adaptation. on employees performance in PT. Sampharindo Perdana Semarang. Research method which is used is quantitative method with amount of sample 85 respondents. Data was collected by using questionnaires method and data analysis which is used multiple linear regression analysis. Data was collected with questionnaires method and data analysis. By using help from SPSS programme version 2.0, analysis tool which is used are validity test, reliability test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroskedasticity test, t-test, f-test, the coefficient of determination. The result of study show that communication, self awareness, acceptance, motivation, trust, self disclosure, conflict adaptation on Employee Performance of Marketing in PT.Sampharindo Perdana Semarang

Keyword : Human Relation consist of communication, self awareness, acceptance, motivation, trust, self disclosure, conflict adaptation and Employee Performance of Marketing